

## ВВЕДЕНИЕ.

### Медиакоммуникация и интеграция

Интеграционные процессы, происходящие в современном мире, приводят не только к трансформации геополитического пространства посредством образования новых политических союзов и экономических объединений типа ЕС, АСЕАН или БРИКС — их неперенным условием (и последствием) становится кардинальная перестройка коммуникационного пространства. Интеграция и коммуникация приобрели свойства взаимообусловленных процессов. Создание условий для эффективной коммуникации на межгосударственном уровне признается одной из важнейших задач современной политики, направленной на формирование «коммуникации, которая основывалась бы на уважении иной точки зрения, на признании ее права на существование и выражение. Все более актуальной является задача установления взаимопонимания между представителями различных культур и социумов, то есть задача успешной социально-культурной коммуникации» [159].

Отметим, что близкие понятия «коммуникация» и «медиакоммуникация» отражают различные историко-концептуальные подходы к определению самой теории коммуникации — технический (коммуникационный) и социально-гуманитарный (коммуникативный). В отношении системы массовой информации речь следует вести о медиакоммуникации (МК) — процессе целенаправленного создания, трансляции, обмена, потребления информации медиа, представляющей социальную значимость, в индивидуальном, групповом, массовом формате по различным каналам при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных, визуальных и прочих) для формирования оптимальной информационной сферы [27]. Другими словами, МК раскрывает гуманитарное измерение коммуникации, а ее единицей является информационный повод, который передается в виде сообщений через СМК.

Понятие медиакоммуникации позволяет объединить массовую и межличностную коммуникации, так как обозначает процесс, который осуществляется в рамках медиадискурса посредством медиатекстов, в совокупность которых входят тексты, опубликованные в газетах, журналах, сети Интернет, а также звучащие на радио и транслируемые по телевидению [138]. Для МК как процесса характерными признаками являются: а) передача, получение, сохранение и актуализация смысловой и оценочной информации, создающие основу для социальной адаптации и идентификации; б) влияние на социальную установку, на взаимоотношения между группами различных уровней; в) наличие технических средств, при помощи которых осуществляется функционирование и тиражирование медиапродукции.

Медиакоммуникация как процесс, в свою очередь, сопровождается медиатизацией — проникновением информационно-коммуникационных технологий в различные сферы социальной активности. Понятие «медиатизация» большинство авторов до сих пор используют в довольно широком значении, основываясь лишь на утверждении о том, что СМИ играют более значительную роль в социально-политической сфере. Например, с точки зрения теории политической коммуникации медиатизация означает, что СМИ становятся все более влиятельными акторами на политической арене, создавая новый контекст общественной эволюции [187, с. 29].

Свободным циркулированием информационных потоков обусловлено развитие общественной системы, что вытекает из общего принципа управления, согласно которому информация о любом отклонении системы от нормы является стимулом возвращения к норме [5]. С учетом выделения двух составляющих информации — внутрискруктурной (статической) и внешней относительной (динамической) — можно сделать вывод: информация выступает способом формирования нового содержания воспринимающей ее системы, выполняя образовательную, управленческую и организаторскую функции [153]. СМИ создают непрерывно циркулирующие информационные потоки, отображающие общественную систему и обеспечивающие ее устойчивость и развитие. Возможность воздействия на неограниченную аудиторию и управления ею, оперативное реагирование на события предопределили активное использование СМИ экономическими и политическими акторами.

Новейшая коммуникативная революция, которую считают продолжением революции информационной, ознаменовала начало качественно нового этапа развития медиасферы: «Медийная коммуникация трансцендирует пространственную и временную связанность непосредственного опыта отдельных индивидов, и при не критичном их восприятии категории кажущегося могут заменять категории реального бытия» [95, с. 117]. Актуальные тенденции эволюции МК можно представить следующим образом: а) переход от односторонней манипуляционной информационной модели к двусторонней равноправной МК; б) дальнейшая конвергенция медиа; в) создание новых интерактивных и мультимедийных форматов медиа; г) утверждение субъект-субъектной модели взаимодействия СМИ и аудитории; д) сегментирование аудитории [163]. Таким образом, эволюция медиакоммуникационной системы как механизма передачи интересов и требований граждан политикам, организациям гражданского общества и международной общественности является одним из наиболее существенных факторов как внутри-, так и межгосударственной интеграции.

Называя медиа важнейшим механизмом интеграционных процессов в обществе, исследователи выделяют их приоритетные задачи в государственной системе: 1) надзор за социально-политическими условиями

в рамках государства и международного сообщества; 2) формирование «повестки дня» — медиареальности, профильтрованной через СМИ, — включающее в себя: а) распространение аналитических материалов, статистических данных, позволяющих аудитории составлять самостоятельное мнение о важнейших проблемах; б) обнародование экономических данных; 3) поддержание обмена мнениями между властью и обществом; 4) повышение уровня транспарентности в деятельности правительства и распространение материалов, связанных с правительством; 5) обеспечение стимулов для граждан включаться в общественную жизнь и укрепление каналов участия населения в политической жизни [65; 147].

На наш взгляд, список функциональных потенциалов МК правомерно расширить задачей интеграции (внутренней и внешней) общества: через систему представленных в СМИ каналов информации, функционирующих на базе определенной социально-культурной общности и форм социальной солидарности. В ситуации углубления противоречий между государствами, проявления национальной и религиозной розни, материального неравенства МК выступает важнейшим консолидирующим ресурсом: «Отказ от качественного освещения процессов интеграции приводит к снижению уровня публичной дискуссии и невыполнению СМИ функций информирования, контроля и влияния на позитивное развитие общества» [132, с. 210]. Интегративная функция СМК в этом случае проявляется в нескольких направлениях: а) согласование норм, образцов поведения (культурный аспект); б) тиражирование социокультурных стандартов посредством формирования общественного мнения (нормативный аспект); в) обмен культурными смыслами и символами в сообществе (коммуникативный аспект); г) укрепление различных форм социальной солидарности (функциональный аспект) [13, с. 240].

А. Власич к интегративным функциям МК причисляет также распространение знаний для создания общего базиса общественно актуальных тем, репрезентацию общественных групп и жизненных миров как части общественной реальности, конструирование общей реальности социума [234, с. 67]. Реализация этой функции возможна лишь при условии осуществления практик гражданской коммуникации в информационной сфере, сопричастности индивидов к процессу формирования дискурса СМИ: «Коллаборация субъекта и объекта в процессе текстопорождения повышает лояльность объекта коммуникации к транслируемым ценностям, формирует причастность, что оптимально для реализации институциональной коммуникации» [162, с. 13]. В качестве примера приведем очевидное влияние СМИ на формирование идентичности мусульман в условиях распространения после терактов 7 июля 2015 г. в Великобритании исламофобских настроений. Британская община мусульман разработала и внедрила ряд инициатив собственных СМИ по созданию и поддержа-

нию положительного имиджа ислама в стране (исламское ТВ, «Рамадан Радио», издание «Мусульманский справочник» (The Muslim Directory), газеты «Мусульманские новости» (The Muslim News), «Мусульманский еженедельник» (The Muslim Weekly) и др.). Иной пример: подача в СМИ России новостей относительно санкций со стороны Запада в 2014–2019 гг., как показали исследования, содействовала сплочению российского общества. Здесь проявилась другая сторона интеграционной функции медиа: объединение общества как системы (социальной группы, нации, союза, межгосударственного формирования), участвующей в конфликте, т. е. ее идентификация в рамках отдельного социального субъекта («Мы») с противопоставлением иному субъекту («Они»).

Требования к медиа как к ресурсу общественной интеграции и их ответственность перед аудиторией возрастают в условиях глобализации (при этом под глобальным информационным пространством понимается совокупность информационных ресурсов и инфраструктуры, позволяющей на основе единых принципов и по общим правилам обеспечивать безопасное информационное взаимодействие государств, организаций и граждан при их равнодоступности к открытым медиаресурсам, а также полное удовлетворение их информационных потребностей при сохранении баланса национальных и международных интересов [74]), характеризующейся повышением доступности и прозрачности информации, а также в переходных обществах. Институт СМИ в период трансформации социально-политического устройства и интеграции информационных систем зачастую заменяет централизованную систему политической коммуникации: «Происходит полное переплетение сферы политического и СМИ, что позволяет говорить о медиатизации политики и формировании медиapolитической системы» [63, с. 87].

Как доказывает в своем исследовании В. М. Латенкова, «современное медийное пространство в полной мере стало политическим актором и одновременно идеальной площадкой для формирования политического дискурса, свободного комментирования актуальной “повестки дня” и влияния на нее. Таким образом, можно говорить о формах медиатизации власти с участием всех компонентов системы СМИ» [87]. Для процесса медиатизации политики характерно не столько развитие «политических передач», воздействие которых воспринимается как нечто более важное, чем реальная политика, сколько «оформление политико-журналистского поля», составляющего ядро информационной политики [84]. Политико-журналистское поле — «место борьбы за право создания реальности, концентрации внимания аудитории на общественно-политической тематике, ее корректировке» [82, с. 5].

Рассмотрение МК как формы политической коммуникации позволяет утверждать, что все функции СМИ в той или иной мере содержат

идеологические компоненты, т. к. имеют политически релевантный характер. СМИ в политическом и идеологическом процессе превратились в «активно вовлеченный фактор» (М. МакКомбс) [214, с. 21], в связи с чем наличие постоянного политического фона в коммуникационном процессе мы считаем одним из решающих факторов гражданской консолидации и интеграции. Как показывает мировая история, информационный разрыв власти и граждан чреват социальными катаклизмами: важные государственные инициативы могут оказаться тщетными, не найдя поддержки в обществе. Как справедливо отмечает Ю. Красин, наличие диалога между обществом и государством является главным критерием в выявлении существования гражданского общества, реализация которого во многом зависит от активности СМИ в развитии системы социальных коммуникаций [83].

Интеграционная функция может реализовываться и в более широком контексте: при необходимости консолидации общества вокруг стратегически значимых проектов межгосударственного сотрудничества. Так, начало функционирования Евразийского экономического союза (ЕАЭС) как межгосударственного объединения инновационного формата актуализировало в научно-политическом дискурсе вопрос о ресурсах и моделях дальнейшей интеграции. Очевидно, что политическая воля не может выступать единственным и достаточным условием эффективного сотрудничества государств: вне взаимодействия на уровне гражданских структур и медийно-информационных систем любые проекты в межгосударственном масштабе формализуются.

Стратегическое развитие интеграционных процессов в ЕАЭС закономерно актуализирует вопрос о влиянии на экономическое взаимодействие информационно-коммуникационного фактора. Евразийское информационное пространство имеет под собой мощный культурный базис, оставшийся в наследство от советской эпохи и образующий благоприятную почву для создания с участием медиа привлекательного образа ЕАЭС. В этот ряд следует поставить отсутствие на интегрируемой территории языковых барьеров, распространенность русскоязычных медиа, устоявшуюся практику межгосударственного вещания (ТРК «Мир», спутниковый канал Союза Беларуси и России «ТРО» — «Телевидение ради общества») и стабильный взаимный аудиторный интерес к событиям в государствах бывшего СССР.

Не вызывает сомнений тот факт, что медиакоммуникация является ресурсом гомогенизации общества в рамках ЕАЭС: «На первом месте должны стоять реальные достижения стран Союза в контексте интеграции, иначе позиционировать будет попросту нечего. При пассивном же подходе информационное пространство ЕАЭС продолжат заполнять альтернативные источники информации и влияния, акцентирующие внимание общественности на слабостях и трудностях Союза, пусть и временных» [119].

Растущее влияние евразийской интеграции на региональное и субрегиональное политико-экономическое пространство отражает суть феномена «мягкой силы» — комплекса «инструментов и методов достижения внешнеполитических целей без применения оружия, а за счет информационных и других рычагов воздействия» (выделено нами. — С. В.) [цит. по: 167, с. 65]. Источниками «мягкой силы» ЕАЭС выступают его привлекательность в экономических основах, политических принципах и идеалах, образе жизни и наличие некой универсальной цивилизационной идентичности. Создание привлекательного имиджа нового «центра силы» является действенным инструментом реализации «мягкой силы» в процессе развития ЕАЭС.

Таким образом, медиакоммуникация как тип информационного и социального взаимодействия выступает важным ресурсом утверждения плюрализма мнений, отстаивания общественных ценностей и интересов, влияния на принятие политических решений любого уровня. Достижение данных целей возможно путем закрепления диалоговых способов информационного взаимодействия, развития социальной и коммуникативной компетентности граждан, что обеспечит трансформацию среды функционирования государства и социума.

Исходя из насущной потребности активизации медиакоммуникационного взаимодействия в государствах Евразийского экономического союза, в работе представлен подробный анализ информационного взаимодействия в иных крупных интеграционных образованиях. Для исследования избраны информационные пространства Европейского союза и Лиги арабских государств. Отдельно изучен опыт Китая в формировании с помощью средств массовой коммуникации положительного внешнего имиджа и реализации стратегии «мягкой силы». В завершении монографии осмыслены перспективы адаптации в ЕАЭС внешних моделей медиакоммуникационного взаимодействия и предложены направления активизации процессов создания «союзных» медиа и выработки эффективных механизмов сотрудничества национальных СМИ государств-партнеров.